

# **Tosipaikallinen verkkopalvelu**

"Palvelu siellä missä mekin"

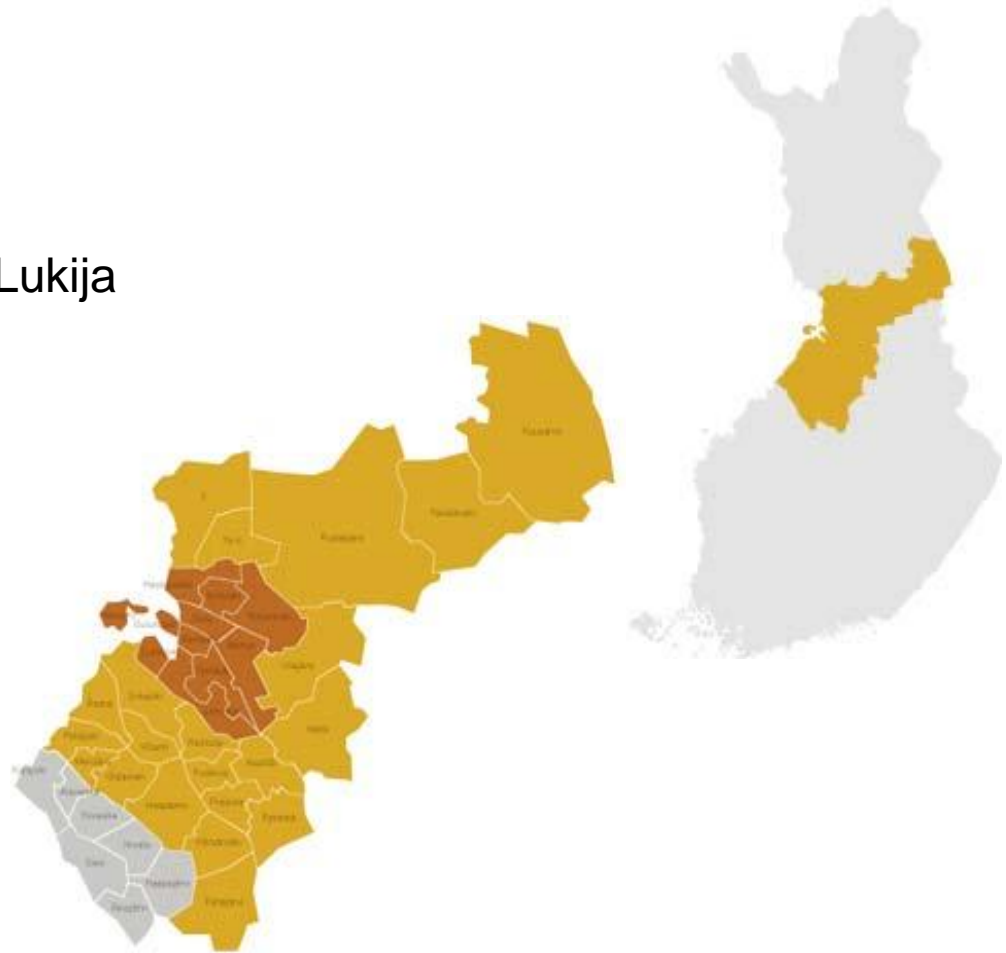
# Kaleva-konserni

- konsernin emoyhtiö perustettu vuonna 1907 Oulussa
- kustantaa sanoma- ja kaupunkilehtiä, tuottaa erilaisia sähköisiä palveluja sekä tarjoaa kirjapaino- ja jakelupalveluja
- julkaisutoiminnassa on keskeistä monikanavaisuus
- konserniin kuuluvat:
  - emoyhtiö Kaleva Oy
  - tytäryhtiöt :
    - Forum24 Oy
    - Julkaisupalvelu Lounais-Lappi Oy
    - Premi Oy
    - Plusmark Oy
    - Kalevaprint Oy
    - Oy Sevenprint Ltd
    - Oulun Jakelutoimisto
    - Asunto Oy Oulun Kalevankulma



# Kaleva - Pohjois-Suomen ykkönen

- Levikki 80 826 ( LT 2009)
- Lehden lukijamäärä 195 000 ( KMT Lukija 2009)
- Yhteistavoittavuus **285 000**  
sanomalehti ja verkko
- Kaleva Oy:n palveluksessa on  
470 ihmistä
- Liikevaihto 52 milj. euroa (2009)





# Tosipaikallisuus

- Termejä: Hyperlocal, User-generated content (UGC), Consumer generated media (CGM) or user-created content (UCC), Web 2.0 jne.
- Oma elämänpiiri
  - Asuinalue
  - Oma näkökulma, itselle tärkeät asiat
  - Lähitienoot, omat ja läheisten tiedontarve ja –jakaminen, harrastukset, palvelut, heimot
  - Näkymä vaihtelee: välillä pienempi ja tarkempi, välillä laajempi ja yleisempi
    - Ei ihmiset ymmärtävät eri tavalla; Yksi ihminen ymmärtää eri tilanteissa eri tavalla
- Palvelut
  - Yhteisöllisyys, oma elämänpiiri
  - Blogit, mikroblogit, kuvat, videot
  - Kaupalliset, julkiset, koulut ja oppilaitokset, 3-sektori

# Tosi paikallisuus = verkosto?

- Mihin ihminen tuntee yhteenkuuluvuutta?
- Tarkoittaako se tosipaikallisuutta?
- Vai onko tosipaikallisuutta vain maantieteellinen paikallisuus?
- Paikallisuus zoomautuu
  - Oma kadunpätkä, asuinalue, suuralue, kunta, seutu
  - Tilannekohtaista
  - Mihin vedetään tosipaikallisuuden raja
- Onko yhteisöllisyydessä lainalaisuuksia, joiden pohjalle voi rakentaa:
  - Harrastuksiin liittyvät
  - Heimojen käyttäytyminen
- Miten ylitetään nykyinen sosiaalinen media?

# Lähestymistapoja

1. Uutissivusto, jonne aineistoa tuottaa sekä lukijat että ammattilaiset (ja puoliammattilaiset)
2. Facebook-ryhmä
3. Omakotiyhdistyksen jäsensivut
4. Blogit, mikroblogit
5. Viranomaissivustot
6. Jne. jne.

Esimerkkejä:

<http://www.vk.se/>

<http://omakaupunki.hs.fi/>

<http://www.westkirby.org/>

<http://www.lutakko.fi/>

<http://www.nahraum.de/index.php>

<http://www.nachbarn.de/index.php>

<http://www.rp-online.de/niederrheinsued/willich/index.html>

<http://www.woche.at/steiermark/knittelfeld/>

Ovat pelkästään  
esimerkkejä,  
näitä ei tarvi  
matkia

# Tavoitteena

- Yksinkertaisuus
- Helppo omaksuttavuus
- Paikallisen, yhteisöllisyyden ja alati elävyyden kautta jatkuva kiinnostavuus
- Tosipaikallisen väen aktiivisuus / aktivointi
- Monistettavuus
- Muunnettavuus
- Vähäinen tuottamisen ja moderoinnin tarve

# Välineet

- Selain tietokoneella
- Älypuhelin
- Peruspuhelin
- Lukulaite
- UBI-laitteet



# Kulujen kattaminen ja ansainta

- Kuluttaja maksaa aiheuttamansa kulut osallistumalla, toiset aktiivisemmin ja toiset passiivisemmin
- Julkiselle ja 3-sektorille annetaan kanava välittää ja kommunikoida
- Yritykset maksavat osallistumisestaan
  - Aktiivisuuden mukaan
  - Näkyvyyden mukaan
  - Saamansa hyödyn mukaan
- Yrityksille tavoittaa kohderyhmiä
  - Pienet paikalliset yritykset
  - Ko. paikallista väkeä tavoittelevat yritykset

# Tehtävä: Konseptointi

- Hahmotella tosipaikallista verkkopalvelua
- Hahmottelu
  - Erilaisia vaihtoehtoisia malleja
  - Mistä osioista palvelu koostuu
  - Minkälaisia yhteisöjä odotetaan tavoitettavan tai syntyvän
  - Mikä on varsinaisen paikallisen ja ihmisen muun elämänpiirin suhde
  - Mitä ansaintamahdollisuuksia niiden taustalla on
- Lopputuotokset
  - Konseptidokumentti (esim. powerpoint- tai postari-muodossa)
  - Alustavia, ideaa selkeyttäviä visualisointeja ja rautalankamalleja

# Prosessi ideasta tuotteeksi

